

## PRIMO PIANO

### Nuova istruttoria dell'Acgm

L'Autorità garante della concorrenza e del mercato (Agcm) ha avviato un'istruttoria nei confronti di 6Sicuro Spa, CercAssicurazioni.it Srl (Segugio), Daina Finance Ltd, Rappresentanza Generale per l'Italia (ComparaMeglio), Facile.it Broker di Assicurazioni Spa, Allianz Direct Spa, Admiral Intermediary Services Sa, B2C Innovation Spa, Bene Assicurazioni Spa, Compagnia Assicuratrice Linear Spa, Compagnia Italiana di Previdenza, Assicurazioni e Riassicurazioni Spa, Fit Srl Società Benefit, Genertel Spa, Hdi Assicurazioni Spa, Prima Assicurazioni Spa, Quixa Assicurazioni Spa, Verti Assicurazioni Spa e Zurich Insurance Public Limited Company - Rappresentanza generale per l'Italia.

L'istruttoria, spiega l'Agcm in una nota, è diretta ad accertare se le società che offrono servizi di comparazione di prezzo e le imprese assicurative coinvolte nel procedimento abbiano realizzato "un'intesa restrittiva della concorrenza tramite uno scambio di informazioni sensibili sulle condizioni economiche di vendita diretta delle polizze per la responsabilità civile auto". Secondo l'Autorità, le società avrebbero scambiato, costantemente e con regolarità, informazioni sensibili sulle condizioni economiche di vendita delle polizze Rca.

Per leggere la news completa, clicca qui.

**Beniamino Musto**

## MERCATO

### Assicurazioni, queste sconosciute

**Un'indagine dell'Ivass conferma le percezioni del settore: gli italiani sanno pochissimo di polizze. Mancano le competenze su concetti basilari del mercato, così come la dimestichezza con prodotti offerti da compagnie e intermediari. Serve adesso uno sforzo comune per affrontare il problema e colmare questo gap di cultura assicurativa**

La conferma è arrivata ieri dall'Ivass: gli italiani sanno pochissimo di assicurazioni. Non conoscono i concetti basilari del settore, non conoscono le caratteristiche dei prodotti e si reputano più competenti di quello che sono in realtà. Il risultato è che il rischio di scelte sbagliate, non in linea con i veri obiettivi della clientela, è elevatissimo. E può avere pesanti ricadute non soltanto sul singolo, ma anche sull'intera collettività.

L'evidenza è emersa dai risultati di un'indagine sulle conoscenze e sui comportamenti assicurativi degli italiani, commissionata dall'Ivass e presentata ieri pomeriggio durante un evento online in cui sono intervenuti esperti e operatori del settore. "L'indagine, basata su un campione rappresentativo della popolazione italiana, è la prima in Italia e forse anche un unicum nel confronto internazionale", ha affermato in apertura **Luigi Federico Signorini**, presidente dell'istituto di vigilanza. "Sull'alfabetizzazione assicurativa – ha aggiunto – le riflessioni sono a uno stadio iniziale: il materiale è ben poco e il nostro deve essere visto come un primo tentativo". E cosa ci dice questo primo tentativo? Che il lavoro da fare, per promuovere la cultura assicurativa in Italia, è tantissimo. "Ci sono alcune conoscenze e concetti assicurativi di base la cui esatta comprensione non è diffusa a sufficienza: su di essi – ha detto Signorini – è necessario lavorare se si vuole che il mercato assicurativo funzioni meglio, nell'interesse dei singoli e della collettività".



Luigi Federico Signorini, presidente dell'Ivass

#### ANCORA POCHE POLIZZE

La ricerca è stata finanziata con i fondi messi a disposizione dal ministero dello Sviluppo economico e realizzata in linea con le finalità del comitato **Edufin**. E testimonia l'impegno delle istituzioni pubbliche sul grande tema dell'educazione finanziaria. Sull'argomento è intervenuta **Loredana Gulino**, direttore generale per il mercato, la concorrenza, la tutela del consumatore e la normativa tecnica Mise e membro dell'Edufin, la quale ha portato alla platea virtuale dell'evento alcuni esempi delle iniziative messe in campo dal dicastero per promuovere l'educazione finanziaria in Italia.

Più focalizzato sul tema delle polizze è stato invece l'intervento di **Stefano De Polis**, segretario generale dell'Ivass. "Il profilo assicurativo degli italiani mostra che, fatta eccezione per la copertura Rc auto, le polizze non obbligatorie sono sottoscritte da una parte esigua degli intervistati", ha commentato. Ciò è dovuto senza dubbio all'entità del premio assicurativo, giudicato eccessivo dal 67,5% degli intervistati, ma anche a una scarsa conoscenza della materia. "Non risulta sempre chiaro – ha portato l'esempio De Polis – che estensione delle garanzie e ammontare del premio da pagare all'assicuratore sono due facce della stessa medaglia". Altri freni alla sottoscrizione di polizze, secondo i risultati della ricerca, sono dati da scarsa comprensibilità delle polizze (50%), sfiducia nei confronti di compagnie e intermediari assicurativi (42%) ed esperienze negative (28%).

(continua a pag. 2)

(continua da pag. 1)

## I RISULTATI DELL'INDAGINE

I risultati della ricerca sono stati illustrati da **Riccardo Viale**, professore ordinario di scienze comportamentali ed economia cognitiva dell'Università di Milano-Bicocca, **Laura Macchi**, professore ordinario di psicologia generale dell'Università di Milano-Bicocca, e da **Vilma Scarpino**, amministratore delegato **Doxa**. Il quadro che ne è emerso, come già accennato, è quello di una popolazione che ancora conosce poco l'assicurazione. Appena il 13,9% degli italiani, per esempio, sa dare la definizione corretta di concetti basilari del settore come premio, franchigia e massimale. Ridotta anche la conoscenza dei prodotti, con una scarsissima quota della popolazione che conosce strumenti come l'assicurazione temporanea caso morte, le polizze infortuni o la previdenza complementare. In generale, l'indice dell'assicurazione generale in Italia si ferma a 54 su 100, al di sotto pertanto di una soglia di sufficienza fissata a 60.

Gli italiani dunque sanno poco. Eppure, nel paese dei 60 milioni di commissari tecnici, economisti e ora anche virologi, si reputano esperti della materia. L'indagine, nello specifico, ha rilevato quella che viene definita una *overconfidence* delle proprie capacità: più del 60% degli intervistati, per esempio, ha affermato di conoscere bene i concetti di premio, franchigia e massimale, salvo poi scontrarsi con una realtà dei fatti che, come visto, è ben diversa dalle aspettative. L'errata percezione delle proprie competenze, stando ai risultati della ricerca, rischia di avere conseguenze concrete nella vita del cliente (ma non solo). Il 68,7% della popolazione, forte di questa presunzione di conoscenza, ha affermato di non sentire il bisogno di affidarsi ai consigli di un assicuratore o di fonti informative qualificate per prendere le decisioni oculate in materia assicurativa.

## TANTO LAVORO DA FARE

Nonostante questa grande fiducia in se stessi, anche gli italiani percepiscono che la cultura assicurativa resta scarsa: per il 70% degli intervistati il livello generale di conoscenza non è adeguato. Gran parte della colpa viene data ai tecnicismi del linguaggio: per il 66% della popolazione il set informativo dei prodotti non è abbastanza chiaro, il 50% è invece insoddisfatto del livello di comprensibilità dei contratti. Il lavoro da fare, pertanto, è parecchio. E secondo la maggioranza degli italiani, il compito di colmare questo gap va affidato soprattutto delle istituzioni pubbliche: Ivass e ministero dello Sviluppo economico, ma anche **Consob** e **Banca d'Italia**, secondo il 60% degli italiani, devono farsi carico di questo onere, prima ancora di compagnie, banche e intermediari (45,5%).

Sull'argomento si sono confrontati in una tavola rotonda, moderata da **Maria Luisa Cavina**, capo del servizio tutela del consumatore dell'Ivass e membro dell'Edufin, **Chiara Monticone**, senior policy analyst dell'Ocse, **Dario Focarelli**, direttore generale dell'Ania, **Francesco Saita**, professore ordinario di Economia degli intermediari finanziari dell'Università Bocconi, e **Stefano Santin**, membro dell'Edufin designato dal Cncu. Dal dibattito è emersa una sostanziale unione di intenti e sforzi per favorire la diffusione della cultura assicurativa in Italia: a detta dei relatori, saranno necessarie misure adeguate ai diversi target di pubblico e iniziative volte a promuovere non soltanto la conoscenza nozionistica della materia, ma anche modelli di comportamento in grado di generare attività coerenti con le conoscenze acquisite.

## EDUCAZIONE FINANZIARIA NELLE SCUOLE

L'evento si è concluso con un intervento di **Annamaria Lusardi**, direttrice del comitato **Edufin**. L'economista si è soffermata soprattutto sul ruolo della cultura finanziaria come strumento di benessere. "La conoscenza finanziaria serve per vivere meglio", ha commentato. "L'educazione assicurativa – ha aggiunto – è centrale nelle iniziative del nostro comitato e siamo ben lieti di poter disporre di questi nuovi dati per definire al meglio il nostro lavoro".

I risultati dell'indagine sono stati a più riprese definiti come un punto di partenza per definire al meglio le attività di alfabetizzazione finanziaria e per favorire, nella visione di Lusardi, lo sviluppo dell'Italia. "Senza queste conoscenze – ha detto – il fenomeno della sottoassicurazione non potrà essere estirpato". Per questo motivo, ha proseguito, è necessario incrementare gli sforzi. E, in particolare, "portare l'educazione finanziaria anche all'interno delle scuole: le istituzioni scolastiche devono fare da perno allo sviluppo del settore e gli studenti – ha commentato – devono iniziare a confrontarsi fin dalla scuola primaria con questi concetti". Per Lusardi, la strada è ancora lunga ma il cammino è segnato. E il 2021, ha concluso, "potrà rappresentare un punto di svolta nell'educazione finanziaria in Italia".

Giacomo Corvi

 **INSURANCE CONNECT**  
**INNOVATION SUMMIT 2021**

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

ISCRIVITI SU  
[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

DA PAGINA 5  
IL PROGRAMMA COMPLETO

## RICERCHE

### Risparmio, gli italiani vogliono rischiare di meno

**Il Global Wealth Research Report di EY ha rilevato come i risparmiatori del nostro Paese siano sempre più orientati alla protezione del patrimonio e sempre meno propensi ad assumersi nuovi rischi negli investimenti: colpa anche della pandemia**

Secondo l'edizione 2021 dell'EY Global Wealth Research Report, il 52% degli italiani intervistati, contro il 38% degli europei, si sente più avverso al rischio. Una tendenza, peraltro, molto più marcata tra i millennial (67%).

Il Covid-19, secondo la ricerca, ha influenzato le priorità d'investimento dei risparmiatori italiani, che sono sempre più orientati alla protezione del patrimonio e poco propensi ad assumere rischi negli investimenti.

L'EY Global Wealth Research Report si basa su un sondaggio condotto su 2.500 clienti di gestori patrimoniali in 21 Paesi, inclusa l'Italia, ed esplora i cambiamenti nelle aspettative dei risparmiatori sui servizi e sulle modalità di relazione con i propri wealth manager.

Dalla ricerca emerge che salvaguardare il capitale e diversificare la propria ricchezza è la priorità per il 48% degli intervistati, mentre il 55% mira ad assicurarsi un reddito adeguato. Per raggiungere i propri obiettivi d'investimento, due risparmiatori italiani su cinque prevedono di spostare il proprio patrimonio verso un provider differente, dimostrandosi meno fedeli dei clienti europei (uno su tre).

L'ampiezza dell'offerta è il principale fattore di scelta del wealth manager per il 56% dei clienti italiani, mentre il 52% reputa prioritario il track record di performance del gestore. Reputazione del brand, sostenibilità e inclusione sono fattori sempre più considerati dai clienti. Il 71% dei clienti italiani considera rilevante le politiche d'inclusione del gestore, una percentuale molto più elevata della media europea, che si ferma al 48%. Sono soprattutto le generazioni più giovani (il 75% dei millennial) e i segmenti più abbienti (86%) a considerare l'importanza di questi aspetti.

Sono ritenute molto importanti anche le capacità digitali del gestore: secondo l'indagine di EY, entro tre anni il 21% dei clienti (rispetto all'8% di oggi) ricorrerà alle fintech. Le banche retail, invece, sembrano avere una tendenza decrescente nelle preferenze dei clienti del nostro Paese (20% nel 2024 rispetto al 35% di oggi).

La pandemia, ormai l'abbiamo capito, ha accelerato l'uso delle tecnologie ed è una tendenza che proseguirà nel futuro. Gli investitori italiani ne sono convinti, giacché il 71% (contro il 49% della media europea) si aspetta un utilizzo sempre più intenso dei tool digitali e il 70% (il 51% a livello europeo) un maggiore engagement tramite virtual advisor.

Fabrizio Aurilia

## MERCATO

### Revo, collocamento concluso con successo

**La spac promossa da Minali e Costamagna ha ricevuto ordini per 220 milioni di euro, 20 in più rispetto al target iniziale**



Revo, la spac promossa da **Alberto Minali** e **Claudio Costamagna** (oltre a **Stefano Semolini**, **Jacopo Tanaglia** e **Simone Lazzaro**), ha annunciato di aver completato con successo il collocamento delle proprie azioni presso investitori istituzionali e professionali. La società in una nota spiega che "nonostante la volatilità dei mercati azionari nell'ultima settimana", l'offerta ha attirato una forte domanda da parte degli investitori, a fronte della quale sono stati accettati ordini sino a 220 milioni di euro, rispetto al target iniziale di 200 milioni.

Costamagna, presidente di Revo, si è detto orgoglioso "del responso particolarmente positivo mostrato dal mercato per il nostro progetto", e della qualità degli investitori "che includono i principali investitori istituzionali italiani, investitori internazionali e importanti family offices". L'ad Minali ha aggiunto che l'approdo della spac sul mercato "segna l'inizio della nostra attività che ora è incentrata sulla ricerca del target, la cui acquisizione speriamo di poter presto sottoporre all'approvazione dei nostri azionisti. Ringraziamo **Vittoria Assicurazioni**, **Fondazione Cariverona** e **Scor** per il loro sostegno in qualità di cornerstone investors dell'iniziativa, il team di advisors per il prezioso supporto ma soprattutto gli investitori che ci hanno accordato la loro fiducia".

B.M.



#84  
maggio 2021

## INSURANCE REVIEW

Strategie e innovazione per  
il settore assicurativo

DANNO A  
IL NUO  
DEL CAP

NORMATIVA 22 ATTUALITÀ

igenza  
ale nel settore  
ativo italiano

Covid-19, la n  
della finanza  
sostenibile

# Insurance Review

## Strategie e innovazione per il settore assicurativo

La rivista che rende l'informazione specialistica  
dinamica e immediata.  
Uno strumento di aggiornamento e approfondimento  
dedicato ai professionisti del settore.

**Abbonati su [www.insurancereview.it](http://www.insurancereview.it)  
Abbonamento annuale € 80,00 (10 numeri)**

**oppure scarica l'app Insurance Review**



Puoi sottoscrivere l'abbonamento annuale nelle seguenti modalità:

- Compilando il form on line all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Inviando un'email a [abbonamenti@insuranceconnect.it](mailto:abbonamenti@insuranceconnect.it)

Modalità di pagamento:

- On line con Carta di Credito all'indirizzo [www.insurancetrade.it/abbonamenti](http://www.insurancetrade.it/abbonamenti)
- Bonifico bancario Antonveneta IBAN IT 94 U 01030 12301 0000 0158 0865

### Insurance Daily

**Direttore responsabile:** Maria Rosa Alaggio [alaggio@insuranceconnect.it](mailto:alaggio@insuranceconnect.it)

**Editore e Redazione:** Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

**T:** 02.36768000 **E-mail:** [redazione@insuranceconnect.it](mailto:redazione@insuranceconnect.it)

Per inserzioni pubblicitarie contattare [info@insuranceconnect.it](mailto:info@insuranceconnect.it)

Supplemento al 21 maggio di [www.insurancetrade.it](http://www.insurancetrade.it) – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577

## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

IN DIRETTA SU  
[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

### OPENING SESSION: 9 GIUGNO 2021

#### L'INNOVAZIONE CHE COSTRUISCE IL FUTURO

L'emergenza provocata dalla pandemia ha accelerato un processo di innovazione iniziato da tempo nel settore assicurativo. Ma la situazione sanitaria, economica e sociale richiede all'assicurazione di individuare contenuti, modalità, tecnologie, competenze e capacità di comunicazione su cui rafforzare la propria funzione nel nostro paese. Per questo servono investimenti, partnership, un'offerta di servizi integrati ed evoluti, qualità nella selezione del rischio e nella gestione dei sinistri. La sfida della trasformazione dell'industria assicurativa si gioca dunque sempre più sulla capacità di delineare e favorire la creazione di uno scenario "post pandemia" in cui i cittadini, le famiglie e le aziende possano finalmente iniziare a ritrovare sicurezza, solidità e serenità.

Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review

- |               |   |  |
|---------------|---|--|
| 09.30 – 09.50 | ▶ | <b>SFIDE E OPPORTUNITÀ DELLO SCENARIO ECONOMICO</b><br><i>Lucio Poma, responsabile scientifico dell'area industria e innovazione di Nomisma</i>  |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | <b>OLTRE L'EMERGENZA: COME INDIRIZZARE E VALORIZZARE L'INNOVAZIONE NEL SETTORE ASSICURATIVO</b><br><i>- Enea Dallaglio, partner di Innovation Team, Gruppo Cerved</i><br><i>- Umberto Guidoni, co-direttore generale di Ania</i> |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | <b>L'EVOLUZIONE DEL SERVIZIO ASSICURATIVO</b><br><i>Intervista a Marco Mazzucco, direttore vita e welfare di Reale Group e amministratore delegato di Blue Assistance</i>  |
| 10.30 – 10.50 | ▶ | <b>QUALE FISIONOMIA PER LA NUOVA ASSICURAZIONE?</b><br><i>- Isabella Fumagalli, ceo di Bnp Paribas Cardif</i><br><i>- Davide Passero, amministratore delegato di Alleanza Assicurazioni</i>                                      |
| 10.50 – 11.10 | ▶ | <b>LA TECNOLOGIA CHE AIUTA IL CAMBIAMENTO</b><br><i>Intervista a Marco Burattino, direttore commerciale Italia di Guidewire</i>  |
| 11.10 – 11.30 | ▶ | <b>COFFEE BREAK</b>  |

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

## SESSIONE TEMATICA INTERMEDIARI

MATTINO 11:30 - 13:00

## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

9 GIUGNO 2021

[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

### GLI INTERMEDIARI E LA TRASFORMAZIONE DEL MODELLO DISTRIBUTIVO

Analisi di Innovation Team sulle opportunità tecnologiche, operative, commerciali e di marketing a disposizione di agenti e broker per affrontare la fase post pandemica all'insegna della centralità del cliente e della sostenibilità del business.

*Modera Fabio Orsi, partner di Innovation Team, Gruppo Cerved*

11:30 - 11:50 – **Prima Assicurazioni verso la 1ª Convention degli intermediari: tutte le novità per la rete**

*Andrea Balestrino, direttore commerciale e business development di Prima Assicurazioni*

11:50 - 12:10 – Presentazione dell'indagine di Innovation Team

12:10 - 12:50 – **Tavola rotonda**

- *Carlo Coscelli, presidente del gruppo agenti Reale Mutua*

- *Pierguido Durini, presidente del gruppo agenti Helvetia*

- *Giancarlo Guidolin, presidente e amministratore delegato di Consulenze Assicurative e membro del Collegio dei Provvisori di Acb*

- *Andrea Pollicino, direttore commerciale di Sara Assicurazioni*

12:50 - 13:00 – Q&A

## SESSIONE TEMATICA RAMO SALUTE

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

### LA CENTRALITÀ DELLA SALUTE PER IL SISTEMA ITALIA

Il 2020 ha evidenziato il ruolo sociale dell'assicurazione per il welfare del nostro Paese. Le compagnie hanno risposto all'emergenza attraverso iniziative mirate, lo sviluppo di nuovi prodotti e nuovi servizi, anche basati sulla tecnologia, facendo leva sui canali distributivi e sulla capacità di sensibilizzare i cittadini. Una risposta che apre prospettive nella relazione con il cliente e per la crescita del ramo salute.

*Modera Nicola Ronchetti, ceo di Finer*

14:00 - 15:20 – **Tavola rotonda**

Introduzione di Nicola Ronchetti

- *Giovanna Gigliotti, amministratore delegato di Unisalute*

- *Cesare Lai, amministratore delegato di Generali Welion*

- *Chiara Soldano, direttore salute di Axa Italia*

- *Marco Vecchiotti, amministratore delegato e direttore generale di Intesa Sanpaolo Rbm Salute*

15:20 - 15:30 – Q&A

## SESSIONE TEMATICA FINANCIAL LINES

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

9 GIUGNO 2021

[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

### FINANCIAL LINES, POTENZIALITÀ DI SVILUPPO PER GLI INTERMEDIARI

I rischi per professionisti e Pmi, amplificati dalle emergenze in atto su vari fronti, richiedono risposte efficaci in termini di qualità delle coperture, personalizzazione dell'offerta, velocità di sottoscrizione del rischio e di gestione del sinistro. Quali strategie, prodotti, tecnologie e politiche commerciali possono favorire l'attività di vendita degli intermediari?

*Moderata Cinzia Altomare*

#### 15:30 - 16:50 – Tavola rotonda

- Tommaso Cecon, responsabile danni imprese di Generali Italia
- Donato Lucchetta, presidente gruppo agenti Cattolica
- Nicola Picaro, comitato dei presidenti di Aua
- Luigi Viganotti, presidente di Acb

16:50 - 17:00 – Q&A

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessioni tematiche



## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

IN DIRETTA SU  
[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

### OPENING SESSION: 10 GIUGNO 2021

#### VERSO L'ASSICURAZIONE DATA DRIVEN

Disporre di grandi quantità di informazioni non è sufficiente. Se la pandemia ha dimostrato quanto siano fondamentali la tecnologia e l'utilizzo delle informazioni nell'era digitale, per le compagnie la sfida è ora integrare, analizzare, connettere i dati costruendo nuovi strumenti per conoscere, decidere, prevedere. E trovare così nuove strade per competere nella nuova normalità.

*Moderata Maria Rosa Alaggio, direttore di Insurance Review*

- |               |   |  |
|---------------|---|--|
| 09.30 – 09.50 | ▶ | Intervento a cura di Crif  |
| 09.50 – 10.10 | ▶ | <b>GLI STRUMENTI PER CONOSCERE, DECIDERE, PREVEDERE</b><br>- Giuseppe D'Elia, digital and direct channels management di Zurich Italia<br>- Francesco Mastrandrea, cio di Groupama Assicurazioni<br>- Fabio Rizzotto, associate VP, head of research and consulting, IDC Italia |
| 10.10 – 10.30 | ▶ | <b>DIGITAL HEALTH: TRASFORMAZIONE DELLE COMPAGNIE DALLE ASSICURAZIONI AI SERVIZI</b><br>Maximiliano Barberi, insurance market leader di Gft  |
| 10.30 – 11.10 | ▶ | <b>Tavola Rotonda – RC AUTO, DAI DATI AI NUOVI MODELLI DI BUSINESS</b><br>- Marco Baldoli, chief auto officer di Europ Assistance<br>- Giacomo Lovati, chief beyond insurance officer di UnipolSai<br>- Anna Maria Ricco, chief transformation officer di Axa Italia           |
| 11.10 – 11.30 | ▶ | <b>COFFEE BREAK</b>  |

**ISCRIVITI CLICCANDO QUI**



## SESSIONE TEMATICA INSURTECH

MATTINO 11:30 - 13:00

## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

10 GIUGNO 2021

[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

### ■ L'INSURTECH E LA RIVOLUZIONE DELL'INDUSTRIA ASSICURATIVA

L'innovazione digitale ha introdotto una pluralità di fronti su cui il settore assicurativo dovrà ripensare la propria value chain ricercando proposte innovative attraverso politiche tese all'open insurance, alla collaborazione con start up e a interventi in ambiti strategici (relazione con il cliente, distribuzione, salute, mobilità, property e altro...) per l'evoluzione dell'assicurazione nel nostro Paese.

#### 11:30 - 11:50 – **Innovazione, insurtech e soluzioni digitali di Rga in Italia**

*Adriano De Matteis, managing director di Rga*

#### 11:50 - 12:50 – **UN PLAYGROUND PER L'OPEN INSURANCE**

##### 11:50 - 12:05 – **L'Italy Working Group di Opin e il Playground**

*Francesco Zaini, partner di G2 Startups*

##### 12:05 - 12:50 – **Tavola rotonda**

- *Leonardo Aloï, ceo di CupSolidale*

- *Giorgio Campagnano, ceo di MioAssicuratore*

- *Fabio Cerino, ceo di Befreest*

- *Paolo Tanfoglio, ceo di Lokky*

12:50 - 13:00 – Q&A

## SESSIONE TEMATICA RIPRISTINO DANNI

POMERIGGIO 14:00 - 15:30

### ■ COSÌ CAMBIANO I SERVIZI PERITALI E DI RIPRISTINO DEL DANNO

Tecnologia, specializzazione, servizio al cliente. Sono questi i pilastri su cui rinnovare la capacità di prevenzione, la gestione del rischio e delle emergenze. L'obiettivo per periti, intermediari e compagnie è far evolvere la qualità del rapporto con la clientela nel momento del sinistro.

#### 14:00 - 14:20 – **Verso un risanamento sostenibile e sicuro**

*Stefano Sala, amministratore delegato del gruppo per*

#### 14:20 - 15:20 – **Tavola rotonda**

*Modera Massimiliano Maggioni, professional affiliate presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa e docente Cineas*

- *Daniele Barini, presidente di Anpre*

- *Luca Nava, head of claims di Allianz Global Corporate and Specialty*

- *Marco Valle, vice presidente di Aipai*

15:20 - 15:30 – Q&A

## SESSIONE TEMATICA SINISTRI AUTO

POMERIGGIO 15:30 - 17:00

## INSURANCE CONNECT INNOVATION SUMMIT 2021

9-10 GIUGNO 2021 | 9:30 - 17:00

10 GIUGNO 2021

[WWW.INSURANCECONNECT.TV](http://WWW.INSURANCECONNECT.TV)

### GESTIONE SINISTRI AUTO, L'INNOVAZIONE NELLA CUSTOMER EXPERIENCE

La centralità del cliente si esprime in particolare attraverso la valorizzazione dei dati, l'agilità dei processi di gestione e liquidazione dei sinistri, nell'assistenza prestata al momento del bisogno, in tecnologie e strumenti capaci di supportare l'esperienza del cliente rafforzando la qualità del servizio.

15:30 - 15:50 – **Text mining & machine learning: strumenti di una data-driven company per valorizzare dati e informazioni dei sinistri**

*Nicola Biscaglia, principal di Milliman – Practice leader P&C in Italia&CEE*

15:50 - 16:50 – **Tavola rotonda**

*Modera Fabrizio Andreose, client partner finance and insurance di Kantar*

- *Luigi Baccaro, head of claims di Sara Assicurazioni*

- *Francesco Montesano, responsabile claims excellence, direzione sinistri di Cattolica Assicurazioni*

- *Maurizio Rainò, claims & customer operations director di Axa Italia*

- *Roberto Tremontozzi, responsabile gestione sinistri di Crédit Agricole Assicurazioni*

16:50 - 17:00 – Q&A

ISCRIVITI CLICCANDO QUI

SCARICA IL PROGRAMMA COMPLETO

Main sponsor opening session



Main sponsor sessioni tematiche

